


# El lenguaje de los nuevos medios de comunicación[1]

*Mauricio Andión Gamboa*[2]

A diez años de su publicación en inglés, El lenguaje de los nuevos medios de comunicación de Lev Manovich[3] se ha convertido en un libro seminal y lectura obligada en la mayoría de los programas universitarios y de formación profesional ligados a las artes visuales, los estudios culturales y de la comunicación en el mundo. La mayoría de las reseñas localizadas en la red concuerdan en que es un libro donde se presenta la primera teoría rigurosa y sistemática de los nuevos medios digitales de comunicación, enmarcándolos en la historia de las culturas mediáticas de los últimos siglos; incluso se le reconoce como uno de los más sugestivos y profundos acercamientos a la historia de los medios de comunicación desde Marshall McLuhan.

El libro aborda el tema de los *nuevos medios*, definidos como formas culturales basadas en el uso de computadoras —tecnología digital— para la producción, exhibición y distribución de contenido simbólico —páginas web, objetos digitales multimedia, realidad virtual, videojuegos, etcétera—, así como la forma en que éstos dependen de los códigos, convenciones y técnicas de los medios de comunicación tradicionales —cine, fotografía, artes visuales—, como el caso del encuadre, la cámara móvil o el montaje.

---

[1] De Lev Manovich.

[2] Profesor-investigador en el Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-X.

[3] Lev Manovich es profesor de artes visuales en la Universidad de California, San Diego, y director del Programa de Estudios sobre Software en el Instituto para las Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, Calit2. En los últimos diez años ha impartido más de quinientas conferencias, seminarios y talleres alrededor del mundo. Entre sus libros se incluyen *Software Takes Command*, *Soft Cinema: Navigating the Data Base* y *The Language of New Media*. Además ha publicado más de cien artículos que han sido traducidos y reeditados en más de treinta países.

Nació en Moscú, estudió Artes, Arquitectura y Computación en la Unión Soviética. En 1981 emigró a Nueva York donde obtuvo su maestría en Psicología Experimental (NYU, 1988) y su doctorado en Estudios Culturales y Artes Visuales (Universidad de Rochester, 1993). Su tesis doctoral, *The Engineering of Vision: From Constructivism to Computer,* es un estudio sobre los orígenes de los medios digitales y la construcción de lo visual como forma simbólica. Desde 1984 ha trabajado directamente con nuevos medios digitales como artista, animador por computadora, diseñador y programador. Sus proyectos artísticos han sido presentados, entre otros espacios, en Chelsea Art Museum, Walker Art Center, Nueva York, Centro Pompidou, París, y en ICA, Londres.

A lo largo del texto se explica cómo los *nuevos medios* —al igual que los tradicionales— crean la ilusión de realidad, se dirigen a un espectador y representan el tiempo y el espacio. Asimismo, se muestra cómo las categorías y formas particulares de los nuevos medios —interfaz o base de datos— operan con los códigos comunes para derivar en un nuevo tipo de estética.

En una entrevista realizada para The MIT Press —la editorial que publicó originalmente el libro en 2001— el propio Lev Manovich explica claramente el propósito de su trabajo:

> El libro explora las continuidades y discontinuidades entre las nuevas formas culturales y las viejas, buscado entender de qué manera los 'nuevos medios' se apoyan en los antiguos códigos y cómo rompen con ellos, así como la especificidad de los nuevos medios para crear la ilusión de realidad, la forma en que se representan espacio y organizan la experiencia humana.

Como obra intelectual, el libro integra artículos previamente publicados en revistas especializadas a lo largo de la década de los 90 sobre cine, fotografía y artes visuales en formato digital, además de otros ensayos escritos especialmente para la edición, donde se sientan las bases de una teoría sobre el lenguaje inmanente a las obras digitales multimedia. Aunque el interés principal del libro es desarrollar los argumentos teóricos e historiográficos, también se hace el análisis de obras producidas, exhibidas y distribuidas por *nuevos medios*, desde los clásicos hollywoodenses como *Myst, Doom, Jurassic Park* y *Titanic*, hasta la obra de artistas y colectivos internacionales como ART+COM, Antirom, jodi.org, George Legrady, Olga Lialina, Jeffrey Shaw y TamásWaliczky.

A su vez, el libro explora el impacto de la revolución tecnológica digital en el campo de las artes visuales en su conjunto, plantea preguntas fundamentales: ¿cómo se define la naturaleza de las imágenes fijas y en movimiento a partir de la aplicación de la tecnología digital?, ¿cuál es el efecto de la tecnología digital en la construcción de los códigos y las convenciones estéticas de las artes visuales en la cultura contemporánea?, ¿qué nuevas posibilidades estéticas surgen de este proceso de cambio cultural?

Para responder estas cuestiones Manovich se apoya en un análisis puntual de las historias del arte, la fotografía, el video, el diseño, la Internet y el cine. La historia y la teoría cinematográfica le sirven como marco de referencia desde donde examina temas como:

•Los paralelismos entre la historia del cine y la de los nuevos medios
•La identidad del cine digital
•Las relaciones entre el lenguaje multimedia y las formas culturales precinematográficas del siglo XIX
•Las funciones de la pantalla, la cámara móvil y el montaje en los *nuevos medios*
•El lazo histórico entre los *nuevos medios* y el cine experimental, de vanguardia

Una de las peculiaridades del libro, como objeto, es que no contiene ninguna ilustración sobre arte creado a través de los *nuevos medios*, como interfaces de sitios en la red, programas computacionales o imágenes sobre algunas formas culturales derivadas de la aplicación de la tecnología digital a la




producción cultural. No obstante, la obra comienza con un prólogo construido a partir de una selección de fotogramas de la película *El hombre de la cámara*, del director Dziga Vertov (1929), obra maestra del cine experimental ruso. A cada fotograma le corresponde una cita de texto que señala un determinado principio de los códigos y convenciones de los *nuevos medios*, de manera que funciona como un índice visual de las principales tesis del libro. Según el autor esto fue una decisión deliberada:

> Quería subrayar las continuidades históricas entre los nuevos y los viejos medios y mostrar cómo muchos de los principios de los nuevos medios se pueden encontrar en medios y artes más antiguos como el cine. Además quería poner de relieve el potencial vanguardista de los nuevos medios y su promesa de crear nuevas formas culturales y de redefinir las existentes. Por eso escogí no sólo cualquier artefacto cinematográfico del pasado, sino este famoso filme de vanguardia ruso. De hecho si pudiera ponerle un subtítulo al libro este sería 'Todo lo que querías saber de los nuevos medios y temías preguntarle a DzigaVertov [2005].

Además de este prólogo visual tan *sui generis*, el libro concluye con un epílogo donde se toma posición respecto al cine como forma cultural en el contexto de la digitalización de la producción cultural. En la portada original aparece también un rollo de película en forma de bucle azul. Todo ello nos habla del papel central de la teoría cinematográfica en la argumentación de Manovich para comprender los *nuevos medios*.

Según el propio autor, el hecho de que el cine sea una forma cultural basada en el uso de nuevas tecnologías y tomando en cuenta que el lenguaje cinematográfico ha evolucionado en función del desarrollo tecnológico y los cambios en los procesos de producción industrial del cine, se justifica el emplazamiento de esta perspectiva teórica y aun el empleo de conceptos ya existentes, aunque el trabajo también aporta nuevos conceptos, como *interfaz cultural*, *montaje espacial* y *cinegratografía*; en todo caso, a través de la lectura del libro queda claro que uno de sus propósitos es crear una terminología. De esta forma, a partir del análisis de las obras y sus respectivos procesos de producción se desarrollan un conjunto de categorías simples que permiten describir y explicar cómo se ejercen las prácticas artísticas orientadas a la creación y difusión de objetos digitales multimedia.

Pero, quizá la principal aportación del trabajo de Lev Manovich sea la caracterización que hace de los *nuevos medios* como formas culturales. De acuerdo con el autor estos nuevos medios de producción, distribución y consumo cultural responden a cinco principios fundamentales que se pueden resumir de la siguiente manera:

*1. Representación numérica*

Este principio plantea que todo objeto digital es una representación numérica, lo cual tiene como consecuencia que pueda ser representado en términos formales, ergo matemáticos, y estar sometido a una manipulación algorítmica. En este sentido es que los *nuevos medios* son programables.

*2. Modularidad*

A este principio también se le podría llamar de "la estructura fractal de los nuevos medios". Significa que todo objeto digital presenta siempre la misma estructura modular. Las formas simbólicas, ya sean imágenes, sonidos, textos, listas de datos, se representan como colecciones de muestras discretas de elementos informáticos —pixeles, caracteres o *scripts*—. Los elementos se agrupan manteniendo siempre sus identidades por separado. Los propios objetos pueden combinarse a su vez dando lugar a objetos más grandes sin perder su estructura e independencia.

*3. Automatización*

La codificación numérica de los *nuevos medios* —principio 1— y la estructura modular de sus objetos —principio 2— permiten automatizar muchas operaciones implicadas en su creación, manipulación y acceso. Lo que elimina, por momentos, la intencionalidad en el proceso creativo en la producción, exhibición y distribución de los objetos digitales.

*4. Variabilidad*

Principio derivado de la codificación numérica y la estructura modular de los objetos digitales, los cuales no son algo fijo ni se manifiestan como algo acabado, establecido de una vez y para siempre, pueden existir en distintas versiones que potencialmente son infinitas. En vez de copias idénticas, los objetos digitales se manifiestan en muchas versiones diferentes, las cuales pueden ser creadas completamente por un autor humano, pero suelen ser montadas por los dispositivos digitales, es el caso de las páginas web generadas automáticamente a partir de bases de datos, con plantillas creadas por diseñadores web. Es ahí donde el principio de variabilidad se conecta con el de automatización. Otros términos asociados a este principio son la mutabilidad o la liquidez.

*5. Transcodificación*

Este principio hace referencia a la consecuencia más importante de la digitalización de los nuevos medios, somete su estructura a los códigos y convenciones establecidos por la computadora, el software que la hace operar y el usuario que tiene acceso a ella. En este sentido se puede pensar a los *nuevos medios* como dispositivos integrados por dos capas diferenciadas: la capa cultural y la capa informática. Ambas capas se influyen mutuamente articulándose en una composición que se manifiesta como un discurso multimedia, mezcla de significados humanos e informáticos.

Más allá de la opinión generaliza respecto al carácter sistemático de la teoría ofrecida en este obra, desde nuestro punto de vista el texto es un tanto desarticulado, carece de claridad y precisión en la definición de sus términos y exige del lector un esfuerzo de análisis y síntesis para entender las diversas aristas de los conceptos y principios teóricos desarrollados en sus páginas. Su ostensible afán




por asociar a los *nuevos medios* y a sus derivados con términos como "computadora" y "objeto de los nuevos medios" —en vez de utilizar *tecnología digital* y *objetos digitales*— es un tanto forzado, y aun cuando trate de justificar teóricamente a partir del énfasis que da al software y a la "programación por computadora", cae constantemente en inconsistencias.

Su tesis sobre la dependencia de los nuevos medios con respecto a las convenciones y códigos de los medios anteriores no es realmente original. Los precursores y principales teóricos de los medios de comunicación como Marshall McLuhan ya lo habían señalado, incluso Umberto Eco aborda y desarrolla esta idea desde una perspectiva semiótica en su libro *Kant y el Ornitorrinco*. Aunque en el caso de Lev Manovich se centra fundamentalmente en la evolución de los códigos y convenciones discursivas en los campos de las artes visuales y los medios audiovisuales, particularmente en el cine.

Con todo y las peculiaridades anteriormente descritas, una lectura atenta del libro puede revelar una gran riqueza conceptual que sugiera caminos sumamente interesantes para una reflexión teórica e histórica entorno a los actuales medios de comunicación. Por tanto, es recomendable su lectura, discusión y análisis en las aulas universitarias, a fin de continuar con la conversación filosófica entorno al lenguaje de los nuevos medios.

Finalmente, es preciso decir que esta obra está dirigida a todos los que trabajan en y con los medios "viejos y nuevos" —diseñadores multimedia, artistas, cineastas, fotógrafos, arquitectos, productores de televisión, programadores, *DJs,* etcétera—, y en el campo académico, a los interesados en el estudio de la cultura —historiadores culturales, historiadores del arte—, críticos y académicos del diseño, las arttes visuales, la literatura y la comunicación; independientemente de sus antecedentes, es un texto que aspira ser apreciado por todos los que piensan que los *nuevos medios* están transformando la cultura contemporánea.

## Referencia

Manovich, L. (2005), *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.